

Sammanträdesdatum 2026-03-10

§ 67 Motion från Sverigedemokraterna (SD) - Ytterområdenas marknadsföring

Diarienummer: 24KS449

Beslut

Kommunstyrelsen, enligt ordförandens förslag, föreslår kommunfullmäktige besluta

att avslå motionen

Ärendebeskrivning

Vid kommunfullmäktiges sammanträde den 28 oktober 2024, §24e, väckte Richard Carlsson, Elizabeth Puhls och Wanja Delén (SD) rubricerad motion.

Motionärerna föreslår att kommunfullmäktige ska uppdra åt Sektor styrning och stöd att införa en mer aktiv marknadsföring av ytterområdena på kommunens hemsida och sociala medier. Motionärerna argumenterar för att en ökad marknadsföring om vad ytterområdena kan erbjuda kan resultera i ökat besökarantal.

Gävle som kommun har som uppdrag att verka för hela kommunens territoriella område. Det ska inte vara beroende av var du bor, för huruvida kommunen ska publicera event som sker eller vad som finns på den specifika platsen. Sektor styrning och stöd ansvarar enkom för publicering av material som berör sin egen verksamhets kommunikation, medan övriga sektorer ansvarar för sin kommunikation.

Ett sätt som ytterområdena redan marknadsförs är via egna landningssidor

Sammanträdesdatum 2026-03-10

på

VisitGävle.se. Det är en sida som bedrivs av Gästriklands Besöksnäring Ek Förening som kommunen samarbetar med för att, tillsammans med företagen,

utveckla besöksnäringen i hela kommunen. Ett exempel är Hedesunda som har den egna sidan "Hedesunda – Pärlan vid havet". Sedan har aktörer i ytterområden möjlighet att synas med sina egna produkter och evenemang på

VisitGävle.se.

Därutöver har Ytterområdessatsningen tidigare år finansierat hemsidor för bygderna, där de själva får bestämma vilken information som ska framhävas.

Orterna har valt olika ingångar, där Hedesunda fokuserar på turism, Norrsundet på informationsspridning till invånare och Forsbacka har en mix. I

år har ytterområdessatsningen avsatt 100 000 per område i syfte att satsa på

just digital marknadsföring, efter önskemål om uppdatering av hemsida från vissa och andra åtgärder från andra.

Trots dessa åtgärder så håller vi med motionärerna om att det finns stora nyttor med ökad marknadsföring av alla event som händer i hela vår kommun.

Dels för att visa att kommunens kanaler premierar alla delar av kommunen och därmed skapar en sammanhållning i alla delar, men även för att visa både

medborgare och besökare alla spännande event som händer varje vecka i olika

delar. Det ska dock sättas i ljuset av att kommunens sociala medie-kanaler inte

när i närheten så långt som vissa väletablerade, lokala eventsidor. Så som bygdernas egna "händer i ..." - sidor.

Sammanträdesdatum 2026-03-10

Med detta föreslås att avslå motionen då kommunen redan gör många insatser och att fler insatser från specifikt kommunen inte bedöms ge lika god effekt som ökad synlighet för respektive bygd.

Yrkanden

Ordföranden yrkar att avslå motionen.

Elizabeth Puhls (SD) yrkar bifall.

Beslutsgång

Ordföranden konstaterar att det finns två förslag till beslut, dels ordförandens förslag och dels Elizabeth Puhls (SD) förslag till beslut.

Ordföranden ställer förslagen mot varandra och finner att kommunstyrelsen beslutar i enlighet med ordförandens förslag till beslut.

Reservationer

Elizabeth Puhls (SD) och Richard Carlsson (SD) reserverar sig mot beslutet.

Handlingar i ärendet

- Utlåtande över motion från Sverigedemokraterna (SD) - Ytterområdenas marknadsföring, dnr 24KS449-2
- Motion från Sverigedemokraterna (SD) - Ytterområdenas marknadsföring, dnr 24KS449-1